

## L'influence des langues mortes dans le marketing

Bien que le propre des langues mortes soit de ne plus être pratiquées, vous seriez surpris de la place qu'elles occupent dans notre quotidien. Notamment, dans le marketing.

Nous sommes habitués à côtoyer diverses marques, sociétés, magasins, entreprises dont nous ne connaissons pas le sens du nom. Heureusement, je suis là pour vous dévoiler leur étymologie dans cet article inédit.

Voici donc dix mots de votre quotidien, dont vous ne vous êtes jamais demandé le sens.

1. [Asics](#) : Le nom de cette marque de sport d'origine japonaise, fondée en 1949, est l'acronyme de la citation latine *Anima sana in corpore sano*. Cette citation est issue d'une satire de Juvénal, un poète latin. Elle signifie littéralement «un esprit sain dans un corps sain».
2. [Wikipédia](#) : Il s'agit d'une encyclopédie universelle et multilingue en ligne. Elle a été créée par Jimmy Wales et Larry Sanger en 2001. Son nom est composé de l'adjectif hawaïen *wiki*, «rapide», et d'un dérivé du mot grec "*paideia*", qui signifie «instruction».
3. [Reebok](#) : Le nom de la marque anglaise de sport, créée à Bolton en 1895, provient d'un dérivé de *rhebok*, un mot afrikaans qui désigne une certaine espèce d'antilopes parmi les plus rapides au monde. Ce nom fait référence à la rapidité et à la grâce de celui qui porte des Reebok
4. [Volvo](#) : (en entier Volvo Cars) est un constructeur suédois d'automobiles. Son nom, issu du verbe latin *volvo*, signifie «je roule». C'est aussi bête que ça.
5. [Nivea](#) : il s'agit d'une marque allemande de produits de soin et de beauté. Son nom est un adjectif latin qui signifie «neigeux», pour vanter les vertus de sa crème pour la peau.
6. [Duralex](#) : Moins connue, il s'agit d'une entreprise française créée en 1945 qui fabrique de la vaisselle en verre trempé. Son nom vient de la citation latine *Dura lex, sed lex* : «La loi est dure, mais c'est la loi». ce nom, qui évoquerait plutôt une organisation de justiciers engagés, fait en fait référence à la solidité du verre.
7. [Audi](#) : Le producteur d'automobiles August Horch, d'origine allemande, a inspiré le nom de sa marque de son propre nom. *Horchen*, en dialecte allemand, veut dire écouter. Et en latin, ça donne audire.

8. [Nike](#) : Cette marque de sport et de streetwear américaine est née dans l'Oregon en 1971. Je pense que vous le savez déjà, son nom est inspiré de la déesse grecque de la Victoire, Nikè.
9. [Sony](#) : (en entier Sony Corporation) est une société multinationale japonaise, active dans différents domaines, comme l'électronique, la téléphonie, et l'audiovisuel en général. Son nom comme on peut s'y attendre, provient du nom latin *sonus*, le son. Sony a été choisi car c'est un mot facile à prononcer dans toutes les langues.
10. [Olympus](#) : Marque japonaise d'appareils photos et d'outils médicaux. Son nom est évidemment tiré du mont Olympe, mais pour une raison qui n'est expliquée nulle part

J'ai volontairement décidé de finir sur cette question sans réponse, pourquoi choisir une langue morte dans la marketing ? Pourquoi choisir le nom d'une montagne à des milliers de kilomètres de chez soi comme nom de sa marque ?

Je vais introduire ma réponse avec une phrase que vous avez sûrement déjà entendu ; il faut prendre du recul pour faire avancer les choses. Et je pense que quand on veut créer la marque du futur, mais surtout persuader les gens de l'acheter, un petit clin d'oeil au latin de fait pas de mal. D'autant qu'ici notamment, l'évocation d'un nom qu'on a déjà entendu, qui nous dit quelque chose, attire l'attention et la curiosité.

Voilà, merci de votre attention pour cet article d'étymologie des noms de marques connues.